



鴻福堂二零一五年度全年業績扭虧為盈

毛利率攀升至 **60.7%**

宣派末期股息及特別股息合共每股普通股 **0.76 港仙**

三十週年誌慶 邁進新一頁

財務摘要

(千港元)	截至十二月三十一日止年度		
	二零一五年	二零一四年	變動
收益	723,578	722,072	+0.2%
毛利	438,927	423,980	+3.5%
毛利率	60.7%	58.7%	+2.0 個百分點
公司擁有人應佔溢利 / (虧損)	8,707	(38,345)	不適用
公司擁有人應佔每股盈利(港仙)	1.33	(6.82)	不適用
每股普通股末期及特別股息(港仙)	0.76	-	不適用

(二零一六年三月二十四日，香港) — 全港最大中式草本產品零售商鴻福堂集團控股有限公司(「鴻福堂」或「公司」)及其附屬公司(「集團」)(股份代號：1446)公布截至二零一五年十二月三十一日止年度的全年業績(「二零一五年度」或「報告年度」)。

中國內地及香港的經濟環境於過去一年跌宕起伏，影響了普羅大眾的消費意欲。儘管如此，鴻福堂具有相當的品牌知名度，令集團錄得穩定的收益，總計為 723,600,000 港元(二零一四年：722,100,000 港元)。毛利上升 3.5%至 438,900,000 港元(二零一四年：424,000,000 港元)，毛利率攀升至 60.7%(二零一四年：58.7%)，主要受惠於優化採購程序及部分由於人民幣貶值。

由於成本控制措施行之有效，加上並無與上市及大埔新廠房試產等相關的一次性開支，故集團再次錄得盈利，公司擁有人應佔溢利為 8,700,000 港元(二零一四年：虧損 38,300,000 港元)。董事會擬派付末期股息及特別股息分別為每股普通股 0.40 港仙及 0.36 港仙(合共每股普通股 0.76 港仙)。

鴻福堂主席兼執行董事謝寶達先生表示：「憑藉三十年的穩固根基及鴻福堂品牌的強大支柱，加上員工上下的努力，集團成功轉虧為盈，因此集團很高興宣派末期股息及特別股息，與一直支持的股東分享成果。在香港零售市場，集團一如以往取得理想表現，年內採取措施加強競爭力，並在開店方面更加審慎，得以保持業內龍頭企業地位。在壯大版圖的同時，集團通過具吸引力的推廣及宣傳活動令銷售繼續增長。」

零售

零售業務於報告年度貢獻收益 491,800,000 港元(二零一四年：480,900,000 港元)，按年上升約 2.3%。該分部溢利大幅增加 41.1%至 50,500,000 港元(二零一四年：35,800,000 港元)，主要受香港零售業務顯著改善所推動。

香港零售業務的收益為 475,700,000 港元（二零一四年：460,900,000 港元），上升 3.2%。集團於二零一五年度開設九間新店，使二零一五年底自營零售店總數上升至 112 間。「自家 CLUB」會員計劃於二零一五年度吸納近 104,000 名新會員，令會員總數增至逾 540,000 名。

中國內地的零售業務收益錄得 16,200,000 港元（二零一四年：20,000,000 港元），主要由於集團策略性退出上海市場。於二零一五年十二月三十一日，鴻福堂在中國內地經營 21 間零售店。

批發

批發業務錄得的收益跌至 231,800,000 港元（二零一四年：241,200,000 港元）。下跌主要由於香港及中國內地的市場競爭激烈，加上零售市道疲弱。分部溢利降至 6,000,000 港元（二零一四年：8,000,000 港元）。

中國內地的批發業務錄得收益 87,500,000 港元（二零一四年：91,600,000 港元），原因是消費信心仍然疲弱、廣州經濟衰退及集團與北京一個主要客戶暫時終止合作關係。自二零一五年度下半年起，集團已恢復與上述客戶的業務關係。於二零一五年底，集團的分銷網絡廣泛遍佈中國內地 15 個省及 46 個城市，並與 71 名分銷商合作。除了於深圳取得更多的主要客戶，集團亦已進軍清遠、湛江及潮州等廣東省內二線城市。另外值得一提的是，北京辦事處已開始營運，這將有助集團滲透至華北市場。

於香港，批發業務所得收益為 144,300,000 港元（二零一四年：149,600,000 港元）。集團於香港清怡健體飲品類別連續 13 年銷量第一，取得 37.5% 的市場份額。

為減少中國內地經濟放慢對業務的影響，集團持續擴展其海外批發業務，並於二零一五年下半年開始進軍台灣市場，初步取得理想反應。

生產設施

大埔生產廠房自二零一四年底營運，於二零一六年第一季度已取得 ISO22000 認證。這肯定了集團於食品安全管理方面所作出的努力，並致力確保產品符合最高安全標準。針對其他主要市場的需求，尤其是中國內地，蘇州廠房已於二零一五年四月投產。

前景

本港及中國內地經濟不穩，預期消費信心於下一財政年度仍然較為波動。集團一方面審慎發展，同時需要保持零售業務自二零一五年下半年呈現的增長動力。

零售

集團有信心保持在香港的龍頭地位，計劃於二零一六年開設六至八間零售店，至今已在地鐵站開設一間新店並已鎖定另一新店位置。為了刺激同店銷售增長，集團將繼續加強網上及社交媒體平台的推廣，以接觸到更多年輕的顧客。

集團推出 B2C 網上購物平台，即「鴻福堂 Online」(online.hungfooktong.com)，與香港零售業務相輔相承。鴻福堂 Online 定位為健康生活產品的一站式商店，以捕捉消費者對便捷購物體驗的強勁需求。

批發

有見市場環境極具挑戰性，特別是中國內地市場，管理層對批發業務將保持審慎態度。故此，集團計劃在中國內地推出更多利潤較高的產品，並積極拓展海外市場。

華南地區仍將為集團的重點，因此，管理層將發掘更多銷售渠道，從而擴大零售點。與此同時，集團將加強與電商合作，包括一號店、京東及天貓等著名的電子零售商。

鴻福堂董事總經理兼執行董事關宏勇先生總結道：「二零一六年是集團成立三十週年，集團將藉著此里程碑及過往佳績，突顯鴻福堂在消費者及普羅大眾心目中健康可靠的形象。作為本地品牌，鴻福堂致力延續及推廣傳統中式草本文化，以及傳揚現代健康生活的理念，繼續為消費者帶來家的味道。我們有信心集團可以藉此維持在香港的領導地位，並在中國內地以至海外市場開創新未來。」

- 完 -

有關鴻福堂(股份代號：1446)

鴻福堂創立於1986年，於2014年7月4日在香港聯合交易所有限公司主板上市，為一間推廣健康飲食概念的現代化企業，三十年來提供多元化的無添加健康食品。目前，集團共有逾130家零售店，主要位於香港，亦覆蓋中國內地。到目前為止，以零售店數目計算，鴻福堂為全港最大中式草本產品零售商。為把握中國龐大消費市場的增長潛力，集團向第三方零售商及分銷商銷售保鮮及新鮮飲品，覆蓋逾數十個中國城市。

集團網站：www.hungfooktong.com

傳媒垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

李惠兒 +852 2864 4834

袁純藝 +852 2864 4853

vicky.lee@sprg.com.hk

fanny.yuen@sprg.com.hk

www.sprg.com.hk